

**Роль инновационной активности
в повышении конкурентоспособности предприятия**

Костюкевич Е.Н.

Белорусский национальный технический университет

Инновациями является материализованный результат, полученный от инвестирования в новую технику или технологию, в произведенный на их основе товар, а также, в новые формы организации, труда, и их управление. В условиях рынка активная инновационная деятельность представляет собой наиболее эффективное конкурентное преимущество, так как ведет к созданию новых потребностей, снижению себестоимости продукции, притоку инвестиций, повышению имиджа (рейтинга) производителя новых или улучшенных продуктов, и выходу на новые рынки, в том числе внешние. Инновационная активность, в свою очередь, определяется как возможностями хозяйствующего субъекта, так и поддержкой производителей инновационной продукции со стороны государства.

Повышение конкурентоспособности не может быть достигнуто без высокого уровня организации процесса активизации инновационной деятельности промышленных предприятий. Это требует формирования и мониторинга эффективности использования таких составляющих, как: 1) ресурсная – материально-технические, информационные, финансовые, человеческие и др. виды ресурсов; 2) результативная – целевая характеристика конечного результата реализации имеющихся возможностей (например, в виде рентабельности реализованной продукции); 3) организационная – обеспечивает возможность целенаправленного осуществления инновационной деятельности, способность на принципах коммерческой результативности привлекать ресурсы для инициирования, создания и распространения различного рода новшеств.

В качестве организационной составляющей, например, предприятие может пойти по пути создания в своем составе специализированных инновационных подразделений (по аналогии с отделами R&D — Research & Development). Новое подразделение, в зависимости от отраслевой принадлежности предприятия, можно создать посредством реорганизации службы главного технолога или конструкторского отдела. Такой подход позволяет, во-первых, приблизить научно-исследовательский поиск к возможностям исходного производства и нуждам конечного потребителя, во-вторых, привлечь высококвалифицированные научные кадры, и в целом повысить конкурентоспособность предприятия.